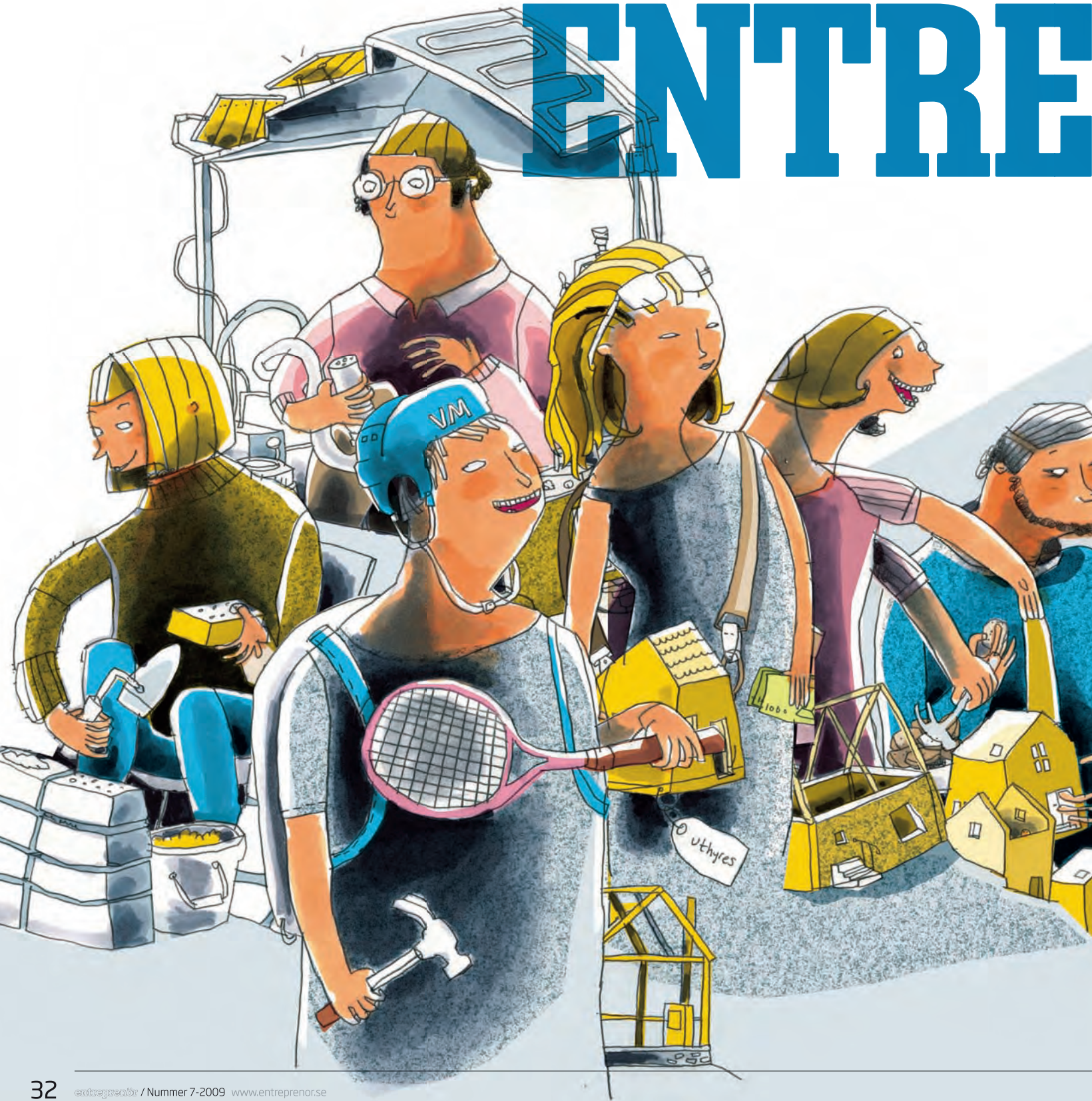


ENTRE



HAN VET VILKEN TYP AV PRENÖR DU ÄR

Stefan Lindström började som dörrknackande julgranssäljare. Talangen man behöver för att lyckas med det använder han idag som utbildare, konsult och talare. Budskapet är att entreprenörskap är en talang som kan uppmuntras men även riskerar att kvävas.

TEXT: NICKLAS MATTSSON ILLUSTRATION: KJELL ERIKSSON

JAG TROR INTE ATT ETT SAMHÄLLE kan skapa entreprenörer, däremot kan man skapa förutsättningar för att släppa dem lösa. Och om du inte är uppvuxen i en stimulerande miljö där du känner lust att ta ansvar för dig själv och ditt liv blir du sällan entreprenör, säger Stefan Lindström.

Ofta handlar entreprenörskapet snarare om att identifiera problemen än att hitta lösningarna. Entreprenörskap är ofta en kombination av intuition och ansvarskänsla, och entreprenörer vågar ofta ta ansvar för sig själva och vad de vill i större utsträckning än genomsnittsbefolkningen. Företagare kan däremot de flesta bli.

Ett samhälle kan skapa motivatorer eller hotivatorer som får folk att släppa loss kreativiteten och sitt entreprenörskap. Hot eller möjligheter är ju bara två sidor av samma mynt.

Stefan Lindström själv är entreprenören som blev intresserad av hur människor och inte minst entreprenörer fungerar och hur man kan dra nytta av det i verksamhets- och individutveckling. Han flyttade till Boston 2005 för att under en termin studera och forska i "entrepreneurial management" vid Boston University. Stefan arbetar idag sedan tolv år tillbaka som konsult inom individ- och verksamhetsutveckling.





Egentligen vände vi bara på hela säljprocessen, men vi lät det inte stanna vid en kul idé. Vi gjorde det.

Som föreläsare har han blivit populär. Han har även hunnit med att studera skådespeleri vid Harvard, vilket han haft nytta av som föreläsare.

– Jag har hobbyforskat framförallt kring entreprenörskap och drivkrafter inom förändring nästan hela livet, säger han.

Som ung tävlade han med racerbåt och kom i kontakt med båtplastindustrin. En dag fick han idén att man kanske skulle göra stora takboxar, istället för de långsmala skidboxar som redan fanns.

– En bred, stor takbox skulle ju kunna rymma så mycket mer.

OCH SÅ BÖRjade STEFAN sälja stora skidboxar under namnet Skidboxspecialisten. Han blev snabbt känd för sin kundservice, han skickade tackkort till alla kunder, bytte snabbt ut felande produkter utan prut och så vidare.

Skidboxspecialisten blev senare en återförsäljarbutik, där Stefan valde att sälja alla typer av takboxar, oavsett märke. Han sålde bolaget 1999 och började studera igen. Ja, studerat har han gjort mer eller mindre hela livet.

Nu gick han en kurs på Nordic School of Management. Och där skulle han vid ett tillfälle hålla ett föredrag inför resten av deltagarna.

– Jag hade förberett mig extremt noga och kunde hela mitt föredrag utantill. Men eftersom jag var sist, drog allt ut på tiden och min föredragstid blev kortare och kortare. Så till slut gick jag upp och

pratade fritt ur hjärtat om hur jag byggt Skidboxspecialisten istället.

Det gick så bra att Stefan sedan dess föreläst om entreprenörskap, bland annat inom projektet ”Steget till Eget” på 90-talet och numera som egenföretagare.

– Jag tror att jag har en analytisk förmåga kombinerad med nyfikenhet och det gör att jag hela tiden vill kombinera praktik med teori och försöka förstå allt mer.

I juni var han inbjuden att tala på ”The International Conference on Thinking” i Kuala Lumpur i Malaysia, en tvärvetenskaplig konferens som fokuserar på tänkande, lärande, pedagogik, hjärnforskning och nya mentala modeller. Att bli utvald som talare är en stor ära och att till råga på allt inte vara professor utan entreprenör är i denna samling speciellt. Lindström presenterade där den sjätte av de entreprenörstyper hsn tagit fram.

Men hur var det med de där julgranarna? Jo, Stefan och hans kamrat tänkte sälja julgranar för att dryga ut studiekassan och kom på den annorlunda idén att sälja julgranarna vid dörr istället för att konkurrera med alla idrottsföreningar och julgransveteraner som redan tagit de bästa försäljningsställena. Att sälja julgran vid dörr fungerade utmärkt, trots att ingen kund till en början egentligen var beredd att köpa julgran i farstun.

– Egentligen vände vi bara på hela säljprocessen, men vi lät det inte stanna vid en kul idé. Vi gjorde det. Och det är det entreprenörskap handlar om – att göra! ▲

► BÄSTA AFFÄREN?

– Jag arbetade på 80-talet som distriktschef på ett svensk-tyskt hjulföretag. Då kom en förfrågan via en återförsäljare i Sverige om en extremt stor beställning, som folk dubbelkollade nollorna efter. Det var till en sovjetisk 5-årsplan. Alla skrattade och sa att det där blir aldrig något, men jag fixade med affären i flera månader. Planerade produktionen med västtyskarna, förhandlade med ryssarna, kopplade in banken, la upp logistiken med mera. Hjulen skulle nämligen skickas från Sverige trots att de tillverkades i Västtyskland – för ingen bakom järnridån ville att det skulle synas att de kom från DDR:s grannland. Fabriken var tvungen att ta bort Made in Germany från gjutverktygen. Och alla bara skrattade. Min vd sa: ”Bra energi, Lindström, men glöm inte dina andra kunder!” Några månader senare damp det ned ett telex med beställningen! Smått chockad gick jag in till vd och sa: ”Jag har fått en order!” Resten har jag förträngt för jag åkte på semester direkt, på order av vd för övrigt!

► SÄMSTA AFFÄREN?

– Haha, jag åkte ner till Chalmers Entreprenörskola i höstas för att föreläsa gratis, om de bara betalade tågbiljetten. De har fortfarande inte betalt den – trots att de var nöjda med föreläsningen. Det var väl kanske ingen bra affär...

Stefan Lindström

Bostadsort: Tranholmen, Stocksund.

Yrke/utbildning: Executive MBA, Gr Dipl. in Entrepreneurial Management, div kurser på Harvard

Civilstånd: Singel med katten Kizz

Oanad talang: En hejare till kock

Senaste bok: Michael Marmot – ”Hur vår sociala position påverkar vår hälsa & livslängd”.



► ROLIGASTE AFFÄREN?

– Jag åkte till en kund helt förutsättningslöst och åkte hem på kvällen med en tom känsla i magen. Satte mig hemma med ett glas rödvin och stirrade ut genom fönstret. Tre timmar senare hittade jag ett korn till vad det var företaget hade problem med. Skrev ner det och började följa tankeprocessen på ett A4. Några timmar senare tyckte jag mig ha löst alltihop! Morgonen därpå tittade jag nyfiket på det vin- och stearinförstärkta pappret och tyckte faktiskt att det fortfarande var lika smart som natten före. Jag bokade möte med vd samma dag, skrev upp hela tänket på whiteboarden, fick direkt ett ”go ahead” och genomförde hela utvecklingsprogrammet. Kunden tjänar idag mer än en miljon kronor extra per år netto!

TESTA DIG SJÄLV!

Vilken entreprenörstyp är du?

OCH VEM VILL DU BLI?

- Du behöver inte vara samma typ hela livet, kommenterar upphovsmannen Stefan Lindström.

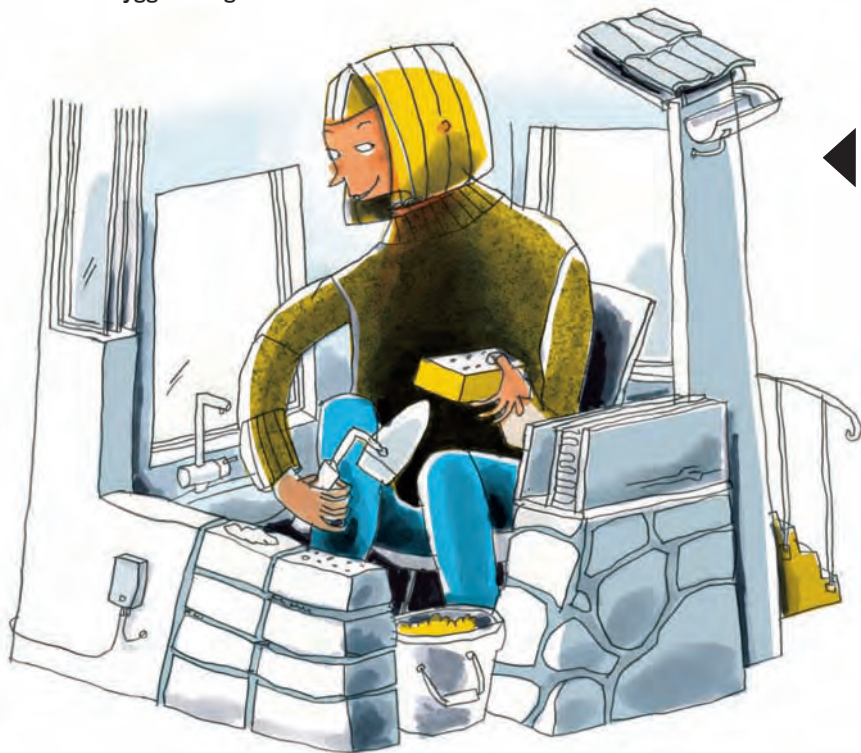
THE STARTER - Startaren

En typ av entreprenör som närmast kan beskrivas som besatt av själva kreationsprocessen. Han eller hon startar gärna bolag, bygger upp det snabbt och tröttnar sedan ganska fort. Den här personen har mycket spring i benen, tänker bäst i språnget och är ofta först med det nya. Nackdelen är att startaren är dålig på att avsluta och på att faktiskt tjäna pengar på bolagets kärnidé. Startaren säljer själva "halvbygget" för att starta ett nytt bygge.

Stefans kommentar:

- Startaren bygger en koja, snabbt och med hjälp av många människor som han eller hon lyckats entusiasmera. Startaren är duktig på att låta människor besjålas av idén och bra på att sälja in den till andra. Men när medhjälparna pekar på frånvaron av dörr och sneglar på brädhögarna som blivit över hojtar entreprenören: "Wow, kolla på brädorna som ligger här! Dem kan vi göra en flotte av! Häng med!"

Bygger bolaget: 1-2 år



THE PRO - Proffset

En typ entreprenör som är mycket långsiktig. Det bolag som han eller hon bygger ska överleva långt efter entreprenörens död. Och dess värderingar är mycket viktiga och finslipas under hela resan. Köper ofta upp bolag som "Startaren" och "Uppfinnarjocken" skapat. Den professionella genomgår alla faser i entreprenörskapet och är en person som är mycket allround, klarar det mesta och ofta är mycket envis och långsiktig.

Stefans kommentar:

- Den här typen av entreprenör bygger ett livsverk - ett hus i sten som ska hålla, som får altan, treglasfönster, alla bekvämligheter och dessutom blir energisnålt och praktiskt.

Bygger bolaget: Hela livet

TESTA DIG SJÄLV!

Vilken entreprenörstyp är du?



THE COOKIE - Serieentreprenören

En entreprenörstyp som både vill ha och äta kakan, därav namnet. Serieentreprenören är en blandning av startaren och proffset. Han eller hon bygger ett standardföretag som i princip ska säljas till en annan entreprenör eller större koncern inom överskådlig framtid. Pengarna som entreprenören tjänar används till att bygga ett nytt standardföretag enligt samma modell. På så sätt säljer entreprenören kakan men har den trots allt kvar.

Stefans kommentar:

– Kakan bygger ett hyggligt standardhus, utan några överdrifter.

Bygger bolaget: 5–10 år.

THE INNOVATOR - Uppfinnarjocken

En entreprenör som sällan kommer ensam. Han, för det är oftast en han, passar oftast inte in på storbolaget han jobbar på och startar i stället ett bolag i frustration med några andra lika smarta och briljanta kompisar. De är överrepresenterade inom branscher som it, telekom, biotech och greentech. Oftast suveränt kunniga rent teknisk, men behöver vid sin sida dels någon med pengar, dels någon med kundfokus för att det ska fungera. Hittar på nya idéer och produkter under vägen. Köps ofta upp och renodlas.

Stefans kommentar:

– Den här entreprenören hatar julfester, men bygger världens ”bästa” koja, med revolutionerande solfångare och andra makalösa manicker. Kojan ligger i skogen dit ingen annan hittar.

Bygger bolaget: 2–5 år eller så länge riskkapitalet finns...





◀ LIFESTYLE - Livsstilaren

En entreprenör som skapar företaget för sin egen skull, för att kunna skaffa och upprätthålla en speciell livsstil – med exempelvis fritid, resor eller möjlighet att konsumera prylar av god standard. Ofta har dessa bolag inga anställda, högt täckningsbidrag och bra säljfokus. Den här entreprenören ser hellre till att ha hög kreditvärdighet än satsar på riskprojekt. Betalar också alltid i tid för det finns inga kassaflödesproblem.

Stefans kommentar:

– Typen skiljer sig lite från de andra, eftersom pengarna ofta är drivkraften och de därför låter företaget växa begränsat. Kojan entreprenören bygger är till för att hyras ut. Därför ser det ut så som kunden vill, det vill säga att allt utgår från frågan: Går det att ta betalt för detta? Det innebär exempelvis att fönstren kanske blir blå för att blå fönster är mycket billiga, samtidigt som de uppfyller kundens krav på fönster och är vad kunden tycker sig vilja betala för.

Bygger bolaget: Hela livet eller så länge entreprenören "bränner" kulor.

WORKSTYLE ▶ - Hobbyisten

En entreprenör som är motpolen till livsstilaren. Hobbyisten njuter av livet, men inte utanför jobbet, utan genom jobbet. Pengarna spelar mindre roll, eftersom arbetet är så intressant.

Ofta har dessa bolag inga anställda, lågt täckningsbidrag och dåligt säljfokus. Företagare som har antikaffärer, säljer specialgjorda cyklar eller är enmanskonsulter kan vara exempel. Ofta har företagaren själv uppfunnit något nytt eller utvecklat en unik process.

Idrottsproffs liksom skådespelare med eget bolag passar in i denna kategori. Ofta finns här också ensamvargar med väldigt snäva intressen. Blir lätt lite av en specialisttyp.

Stefans kommentar:

– För den här entreprenören är kojans inte huvudsaken, det roliga är att snickra. Hobbyisten kan få dålig ekonomi till skillnad från livsstilaren, därför att man här helt glömmer ekonomin.

Bygger bolaget: Hela livet, men man stannar ofta inom sitt område och fortsätter att arbeta med sitt intresse. Företaget drivs ofta som enskild firma.

